



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**“HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE
INTELIGENCIA COMERCIAL QUE PERMITA LA
EXPORTACION DE POTA CONGELADA AL
MERCADO DE MADRID – ESPAÑA A TRAVÉS DE LA
EMPRESA GOOD FISH S.A.C PAITA – PIURA, 2018”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales.

Autora:

Bach. Stefany Salas Huancas

Asesor:

Ing. José Roberto Huamán Tuesta

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, APRUEBAN la tesis desarrollada por la Bachiller Stefany Salas Huancas, denominada;

**“HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE INTELIGENCIA COMERCIAL QUE
PERMITA LA EXPORTACION DE POTA CONGELADA AL MERCADO DE
MADRID – ESPAÑA A TRAVÉS DE LA EMPRESA GOOD FISH S.A.C
PAITA – PIURA 2018”**

Ing. José Roberto Huamán Tuesta
ASESOR

Francisco Paredes León
PRESIDENTE

Segundo Alonso Vilchez Vera
JURADO

Luis Alfredo Mantilla Rodríguez
JURADO

ÍNDICE

	Pág.
APROBACIÓN DE LA TESIS	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE	5
ÍNDICE DE CUADROS	7
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Formulación de problema	13
1.2.1. Justificación.....	13
1.3. Limitaciones.....	14
1.4. Objetivo	15
1.4.1. Objetivo general	15
1.4.2. Objetivos específicos	15
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes	16
2.2. Bases teóricas	21
2.2.1. Variable Independiente: Inteligencia Comercial	21
2.2.2. Variable dependiente: Exportación	37
2.3. Definición de términos básicos	62
2.3.1. Inteligencia Comercial	62
2.3.2. Infraestructura	62
2.3.3. Acceso y uso de internet.....	62
2.3.4. Capacitación	62
2.3.5. Comercio Exterior	62
2.3.6. Pota:.....	63
CAPITULO III. HIPÓTESIS	64
3.1. Formulación de hipótesis	64
3.2. Variable.....	64
3.3. Operacionalización de variables.....	65
CAPITULO IV. METODOLOGÍA	66
4.1. Material y Métodos	66
4.1.1. Tipo de diseño de investigación	66
4.1.2. Material	66
4.2. Métodos	67
4.2.1. Técnicas de recolección de datos y análisis de datos.....	67
4.2.2. Procedimientos.....	68

CAPITULO V. RESULTADOS	69
CAPÍTULO VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	104
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS	110
ANEXOS	111

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°01: Operacionalización de variables	65
--	----

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°01: Proceso de inteligencia de mercados.....	27
Gráfico N°02 :Principales Países Exportadores de pota en USD FOB.....	74
Gráfico N°03 :Principales países exportadores de pota en TN.....	76
Gráfico N°04 :Precio FOB por kilo de países exportadores de pota.....	77
Gráfico N°05: Participación de mercado de los principales países exportadores de pota.....	80
Gráfico N°06: Importaciones Mundiales de Pota en USD FOB	81
Gráfico N°07: Importaciones Mundiales de pota TN	83
Gráfico N°08: Precios FOB por kilo de los principales países importadores de pota en el año 2016	85
Gráfico N°09: Participación mundial de los principales países importadores de pota..	87
Gráfico N°10: Principales Exportaciones peruanas de pota al mundo en USD FOB ..	89
Gráfico N°11:Exportación de pota peruana al mundo.	91
Gráfico N°12:Precio FOB por kilo desde el Perú al Mundo.- 2016	93
Grafico N°13:Participación de mercado de Perú al mundo.	94
Gráfico N°14: Exportaciones de Perú a España en FOB y TN	95
Gráfico N°15: Precio por kilogramo De las exportaciones de Perú a España.....	96
Gráfico N°16: Principales empresas exportadoras de pota en el año 2016	97
Gráfico N°17: Producción de pota peruana en el año 2015.....	99
Gráfico N°18: Producción peruana de pota congelada.....	100
Gráfico N°19: Extracción de productos hidrobiológicos marítimos por utilización y especie 2015.....	101
Gráfico N°20: Producción de recursos hidrobiológicos según lugar de procedencia.2015	102
Gráfico N°21: Producción de recursos marítimos para congelado, según especie 2006 - 2015.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Ítems a investigar antes de realizar una exportación	43
Tabla N°02: INCOTERMS 2010.....	47
Tabla N°03: Acuerdos Comerciales	49
Tabla N°04: Análisis proximal de la pota.....	53
Tabla N°05: Macro y micro elementos de la pota (componentes minerales)	53
Tabla N°06: Composición física de la pota.....	54
Tabla N°07: Población de España de sus principales áreas metropolitanas	56
Tabla N°08: Distribución de la población por edades en %	56
Tabla N°09: Indicadores de crecimiento económico 2014 - 2017.....	59
Tabla N°10: Indicadores de comercio exterior - España.	60
Tabla N°11: Preguntas sobre la infraestructura de la empresa..	70
Tabla N°12: Preguntas sobre uso y acceso a internet.....	71
Tabla N°13: Preguntas sobre Capacitación	72
Tabla N°14: Lista de los principales países exportadores de pota en valor FOB.....	73
Tabla N°15: Principales países exportadores de pota en TN	75
Tabla N°16: Precio por kilogramo de los principales países exportadores de pota.	77
Tabla N°17: Participación mundial de los países exportadores de pota..	78
Tabla N°18: Importaciones mundiales de pota en US\$ FOB.....	80
Tabla N°19: Principales países importadores de pota en TN	82
Tabla N°20: Precios FOB por kilo de los principales países importadores de pota en el 2016	84
Tabla N°21: Participación Mundial de los principales países importadores de pota.	86
Tabla N°22: Exportaciones peruanas al mundo en dólares FOB	88
Tabla N°23: Exportaciones peruanas en cantidad de toneladas.	90
Tabla N°24: Precio FOB por Kilo y participación mundial de mercado. 2016	92
Tabla N°25: Exportaciones peruanas destinadas a España en valor FOB y TN	95
Tabla N°26: Precio FOB por kilo Perú-España	96
Tabla N°27: Empresas peruanas exportadoras de pota 2016.....	97
Tabla N°28: Producción de pota peruana 2010-2015 en TN.....	98
Tabla N°29: Producción peruana de pota en TN en los últimos 6 años.....	100
Tabla N°30: Producción mensual de pota de la empresa GOOD FISH S.A.C en el año 2016.....	103

RESUMEN

La inteligencia comercial es la solución al problema de tener mucha información y no saber qué hacer con ella. Por medio de dicha información se pueden generar escenarios, pronósticos y reportes que apoyen a la toma de decisiones, esto nos proporciona una ventaja competitiva.

La presente investigación brinda información acerca del uso de herramientas tecnológicas de Inteligencia Comercial, lo que permite informarnos acerca de los procesos, requerimientos y competencia nacional e internacional para lograr la exportación de pota congelada por la empresa GOOD FISH SAC como para otras empresas dedicadas al rubro de la extracción de productos hidrobiológicos.

El objetivo de la presente investigación es determinar de qué manera el uso de herramientas tecnológicas de Inteligencia Comercial permitirá la exportación de pota congelada a través de la empresa Good Fish SAC - Paíta – Piura al mercado de España. Esta investigación se ha realizado mediante el método de análisis documental, los datos estadísticos y las entrevistas dirigidas a los gerentes y dueños de la empresa.

Esta investigación es no exploratoria, explicativa ya que describe el problema y a la vez explica la situación de esta, también es no experimental debido a que esta es una investigación cuantitativa ya que no se manipulan ni controlan variables de estudio. El universo de esta investigación son todos los trabajadores de la empresa GOOD FISH y la muestra son los 5 trabajadores del área administrativa.

Según los resultados de este estudio se comprobó que la empresa cuenta con pocas herramientas tecnológicas y que su personal que labora necesita de una buena capacitación para aplicar Inteligencia Comercial en una posible exportación de su producto.

Para concluir, se puede decir que la investigación fue útil y se utilizaría como guía de acción para facilitar el uso de páginas webs aplicadas a la Inteligencia Comercial.

ABSTRACT

Business intelligence is the solution to the problem of having a lot of information and not knowing what to do with it. Through this information, scenarios, forecasts and reports that support decision making can be generated, this gives us a competitive advantage. Currently there is a wide variety of Business Intelligence or business software that can be used in different areas of the company, such as sales, marketing or finance.

This research provides information about the use of technological tools of Commercial Intelligence, this allowed us to inform about the processes, requirements and national and international competition in order to achieve future export of frozen squid in a positive way for the company GOOD FISH SAC as for the other companies dedicated to the field of the extraction of hydrobiological products. It should be noted that the GOOD FISH S.A.C company supplies companies that export squid for its locality and region, such as Paíta, Piura, Sullana, Chiclayo and Chimbote. Good Fish SAC has more than 15 years in the market, which is why it has gained experience in the commercialization of pota and due to its productive capacity we believe that if it can risk becoming an exporting company.

The objective of the present investigation is to determine how the use of technological tools of Commercial Intelligence will allow the export of frozen squid through the company Good Fish SAC - Paíta - Piura to the Spanish market. This research has been carried out through the method of documentary analysis, statistical data and interviews directed to the managers and owners of the company.

This research is explanatory because it describes the problem and at the same time explains the situation of this, it is also non-experimental because this is a quantitative investigation since no study variables are manipulated or controlled. The universe and sample of this research is the same since an analysis is made of the company GOOD FISH S.A.C and its and its local and national marketing levels through the distribution of frozen squid.

According to the results of this study, it was found that the company has few technological tools and that its personnel need a good training to apply Commercial Intelligence in a possible export of their product.

To conclude, it can be said that the research was useful and would be used as an action guide to facilitate the use of web pages applied to Commercial Intelligence.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- García, J. (2007). Introducción al comercio electrónico. España: Departamento de Información de la Universidad de Oviedo.
- García, J. (2009). Programa de innovación en tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para la empresa. New York: Pearson Prentice Hall.
- Grazzi, M. (2010). Las TIC y la productividad. Perú.
- INEI. (2009). Tecnologías de Información y Comunicaciones en las Empresas 2006 - 2007. Perú: Dirección Nacional de Censos y Encuestas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
- Maldonado, G., Martínez, M., García, D., Aguilera, L., & González, M. (2011). La influencia de las TICs en el rendimiento de la PyME de Aguascalientes. Aguascalientes - México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Muñoz, J. (2011). La influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las Pymes del sector textil. Efecto de la implantación del comercio electrónico. Valencia - España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Plascencia, J. (2012). Implementación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) para la mejora continua de la calidad en las organizaciones del Perú. Chimbote - Perú: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Solórzano, A. (2012). Importancia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para las PYMES. Perú. Obtenido de <http://www.micentroweb.com/es/info/ticpymes.php>
- Taboada, A. (2011). NIVEL DE CONOCIMIENTO DE EMPLEADOS Y GESTIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y TELECOMUNICACIONES (TIC) EN EL INSTITUTO SUPERIOR SANTA ÁNGELA DE LA CIUDAD DE PIURA EN EL AÑO 2010. Piura - Perú: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Marco Garrido / C.E.O (2012) ALPHA TECHNOLOGIES
<http://alphatech.us/que-es-business-intelligence-o-inteligencia-comercial/>.
- Horacio Krell. Director de Ilvem (2013) ILVEM BRAING TRAINING METHOD
<http://www.ilvem.com/shop/detallenot.asp?notid=756>
- Jorge Pareja (2011) Senior Commercial & marketing Advisor at Independent
<https://www.linkedin.com/pulse/inteligencia-comercial-e-de-negocios-breves-notas-jorge-pareja>
- SIICEX: www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2012-9Inteligencia-Comercial.pdf
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000
- cendoc@promperu.gob.pe jcampos@promperu.gob.pe
- Zorzi, A. (2009). Programa de innovación en tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el ebusiness y el desarrollo de la pequeña y mediana empresa. New York.